

佐野短期大学シラバス2013

科目名 Subject Name		開講年次	開講学期	曜日・時限
マーケティングⅡ MarketingⅡ		1年	後期	月曜日・4時限
単位数	授業の形態		授業の性格	
2単位	講義		必修	
当該科目の理解を促すために受講することが望まれる科目				
経済学、経営学ⅠⅡ、ビジネス実務総論ⅠⅡ、簿記ⅠⅡ				
同時に履修しておくことが望まれる科目				
経済学、経営学Ⅱ、ビジネス実務総論Ⅱ、簿記Ⅱ				
担当に関する情報				
氏名	研究室の場所	オフィスアワー	電話番号・メールアドレス	
井戸 大輔	特になし	月曜14:00～18:00 (授業時間を除く)	授業中に指示します	
授業の概要				
本授業はマーケティングⅠを継承して進める。マーケティングは企業が市場や環境に適切につつ、製品やサービスを開発し、広告、販売する活動が主な内容だが、個人や非営利組織にも適用される概念に拡張されてきている。企業や組織のマーケティングはICT(情報通信技術)の流れの中で、新たな方向へ歩み始めている。マーケティングを効果的かつ効率的に進めつつ、問題の発見と解決のために、マーケティングの基礎概念や理論を明らかにすることに、この授業の重点をおく。				
授業の到達目標				
①マーケティング・ミックスの基本を理解することができるようにする。 ②グローバル・マーケティングの役割を理解することができるようにする。 ③マーケティング領域の拡張を理解することができるようにする。				
授業の方法				
本授業は、教科書と配布プリントを基本とした講義形式の授業方法を採用する。黒板に板書をした内容は、必ず配布プリントかノートにとること。毎回、授業開始時に、プリントを配布するので、各自ファイルを作成し管理すること。『日本経済新聞』『日経MJ(日経流通新聞)』『日経ビジネス』『週刊東洋経済』等から、マーケティング関連のトピックスも紹介する。一部は、図書館等を利用して、各自でコピーをとること。				
学習の成果				
①製品戦略、価格戦略、流通戦略、販売促進戦略の基本を理解して説明することができる。 ②企業の国際化とマーケティングの役割を理解して説明することができる。 ③サービス・マーケティングや企業の社会的責任を理解して説明することができる。				
授業のスケジュールと内容				
第1回目	授業ガイダンス—この授業の進め方と大学での学び方 *シラバスを読んでおき、この授業に関する質問事項を考えておくこと。教科書(教科書と参考図書欄を参照のこと。)を入手しておくこと。			
第2回目	価格戦略①:価格戦略の位置づけ、価格設定			
第3回目	価格戦略②:価格管理、価格戦略と製品ライフサイクル			
第4回目	チャネル戦略①:チャネル戦略の位置、チャネル戦略の方法			
第5回目	チャネル戦略②:垂直的マーケティング・システム(流通系列化)、チャネルとロジスティックス			
第6回目	販売促進戦略①:販売促進戦略の位置、人的販売			

第7回目	販売促進戦略②:広告宣伝・パブリシティ、セールス・プロモーション(狭義の販売促進)	
第8回目	中間試験。グローバル・マーケティング①:企業の国際化、グローバル企業、多国籍企業、グローバル・マーケティングの発展	
第9回目	グローバル・マーケティング②:輸出マーケティング、多国籍マーケティング、グローバル・マーケティングのケース	
第10回目	マーケティング領域の拡張①:サービス・マーケティング、サービス・エンカウンター、顧客満足度測定	
第11回目	マーケティング領域の拡張②:ソーシャル・マーケティング、環境マーケティング、企業の社会的責任	
第12回目	マーケティング領域の拡張③:非営利組織のマーケティング、大学(学校公人)・病院(医療法人)・郵便(独立行政法人)のケース	
第13回目	マーケティングの新展開①:リレーションシップ・マーケティング、CRMとマーケティング	
第14回目	マーケティングの新展開②:インダストリアル・マーケティング、アグリ・マーケティング 授業の総括—上記1-13回のまとめ。	
第15回目	学期末試験とまとめ。	
成績評価の方法と基準		
	評価の領域	割合
授業参加態度	20%	教科書を準備し、必要なことはノートを取り、分り難い点は積極的に質問し、課題を準備して授業に臨み、私語、飲食、居眠り、携帯端末の操作、他科目等の内職、授業途中の入退席等、授業の妨げになる行為がない。
レポート	30%	詳細に課題を探求し、内容構成もしっかりしており、課題の要件を十分に満たしている(詳細は、ガイダンス時に説明する)。
調査報告書		
小テスト		
中間・学期末試験	50%	授業内容の理解度を確認するためのもの(詳細は、ガイダンス時に説明する)。
発表内容(態度含む)		
その他		
教科書と参考図書		
【教科書】:小原博『基礎コース マーケティング』【第3版】新世社、2011年。 【参考書】:池尾恭一・青木幸弘他『マーケティング』有斐閣、2010年。 宮澤永光・亀井昭宏監修『マーケティング辞典』【改訂版】同文館、2003年。 宣伝会議編『マーケティング・コミュニケーション大辞典』宣伝会議、2006年。		
履修上の心得・ルール		
教科書には必ず目を通し、分らなかつた用語については、学内の図書館やネット等で調べておくこと。配布プリントも少なくないので、ファイルを作成し管理すること。質問や確認事項があれば、授業終了後もしくはオフィス・アワーで受付ける。授業の9回目に、理解度を確保するための中間試験を実施する。遅刻・欠席、教科書・配布プリントの不携帯の扱いについての詳細は、ガイダンス時に説明する。		